



Management- und Großkonferenzen (Auszug)

AstraZeneca

Führungskräfte-Tagung zur Strategieabstimmung (150 TN)

BCD Travel Solutions

Erarbeitung und Rollout eines neuen Geschäftsmodells mit stärkerer Kunden-Zentrierung. Vermittlung des Business Modells an die Führungskräfte unter Berücksichtigung der Mind-Sets. Paradigmen-Wechsel zur Adaption des neuen Modells (3 x 70 TN).

Cora

Führungskräfte-Konferenz zur Strategieerarbeitung (60 TN)

Deutsche Bank

Management-Konferenz der Young High Potentials zu strategischen Fragen (250 TN)

Evangelische Kirche Deutschland

Zukunftskongress ‚Kirche der Freiheit‘

Rund 300 Teilnehmende aus den dreiundzwanzig Landeskirchen hatte der Rat der Evangelischen Kirche in Deutschland (EKD) in diesem Jahr zum Zukunftskongress „Kirche der Freiheit im 21. Jahrhundert“ nach Wittenberg eingeladen. Während des dreitägigen Kongresses setzten sich die Teilnehmer intensiv mit den Thesen des Impulspapiers „Kirche der Freiheit. Perspektiven für die evangelische Kirche im 21. Jahrhundert“ auseinander. Angesichts des sozialen, demographischen und wirtschaftlichen Wandels sollte dieses Papier Anstöße zu einem weitreichenden Reformprozess der Landeskirchen geben. Metaplan hatte für den Kongress 12 verschiedene Foren konzipiert, um Themen wie Gemeindeformen, kirchliche Organisation, Bildung oder Finanzen zu diskutieren

Neue Dorint GmbH

Leitbild-Entwicklung mit neuem Management und Hoteldirektoren nach Spinn-Off (50 TN)

Handelskammer Hamburg

Leitbild-Revision mit dem Top-Entscheidungsgremium der Handelskammer, das sich aus führenden Unternehmensvertretern zusammensetzte (50 TN)

Klinikverbund 4-K

Großkonferenz mit dem gesamten Klinikmanagement aus vier regionalen Klinik-Zentren zur strategischen Ausrichtung des Verbundes, zur Optimierung der Kooperationsbeziehungen und Debatte über Innovationen und Trends im Klinik-Management zur betriebswirtschaftlichen Optimierung des Verbundes (150 TN)

Louis Vuitton

Implementierung der Wachstums- und Qualitätsstrategie in der Produktion (80 TN)



Novartis

Vorbereitung und Moderation der internationalen Strategie-Tagung der Global Market Managers Hypertension zur Abstimmung und Optimierung der Vermarktungsstrategien, Marktpositionierung und Kooperation mit gesetzlichen Versicherungsträgern sowie deren Auswirkung auf die Länderstrategien (80TN).

Photonics 21 – Europäische Technologie-Plattform

Stakeholder zu gemeinsamen Strategien führen

In Brüssel trafen sich über 200 Experten aus 16 europäischen Staaten und mehr als 120 Unternehmen, um unter der Moderation von Metaplan über Zielrichtungen und Eckpunkte einer Strategischen Forschungsagenda für optische Technologien zu diskutieren. Die Europäische Technologieplattform „Photonics21“ - Initiatorin der Veranstaltung - will die Zusammenarbeit in den optischen Technologien auf EU-Ebene fördern und die Wettbewerbsposition europäischer Unternehmen stärken. Metaplaner aus Deutschland, Frankreich und den USA moderierten sieben parallele Workshops.

Den Metaplanern gelang es, eine hohe Interaktionsdichte und Beteiligung zu erzeugen und gleichzeitig zu helfen, die Vielzahl der Beiträge zu strukturieren und präzise zu formulieren. Sie halfen dabei, unter Vertretern aus teilweise im Wettbewerb stehenden Unternehmen sowie zwischen den Denkwelten von Forschung und Industrie eine Verständigung über Grundzüge der Forschungsförderung herzustellen. Die Ergebnisse bilden die Grundlage für einen Katalog von Maßnahmen und Forderungen an die forschungspolitischen Entscheidungsträger bei der EU-Kommission und in den Mitgliedsstaaten (200 TN).

PhRMA (Pharmaceutical Research and Manufacturers of America)

Vorbereitung und Moderation der jährlichen Strategiemeetings 1995-2005 zum Ausrichten der Lobbyarbeit (65 TN)

REpower AG

Vorbereitung und Moderation der internationalen Management-Konferenz mit dem Schwerpunktthema ‚Wachstumsstrategie im globalen Markt der Windkraftanlagen‘ (80 TN)

Swarovski

„From great to excellent“ lautete das Motto von zwei Managementkonferenzen in Dubai und Davos, auf der 100 bzw. 150 internationale Führungskräfte des Consumer Goods Business des Geschäftsbereiches Kristall bei Swarovski ihre neue Strategie durchdachten und daraus nächste Schritte ableiteten.

Für die Umsetzung der Trading-up-Strategie wird es darauf ankommen, an allen Touchpoints mit dem Konsumenten eine konsistente, exzellente Leistung zu zeigen. Die Herausforderungen bei der Umsetzung kamen in Plenardebatten und Workshops zur Sprache. Teilweise konnten schon während der Debatten Wege gefunden werden, wie man es am Besten angehen kann.

Das Top Management nahm konkrete Arbeitsaufträge mit nach Hause, um seine Führungskräfte in den Ländern und den zentralen Funktionen besser in der Umsetzung unterstützen zu können (100/150 TN)

Internationale Management-Konferenz zur Konzern-Wachstumsstrategie in Wien (200 TN)



Toyota Deutschland

Führungskonferenz zu Zukunftsthemen/Strategie (50 TN).